

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Manusia adalah makhluk sosial. Salah satu indikasi bahwa manusia sebagai makhluk sosial adalah perilaku komunikasi antarmanusia. Manusia tidak dapat hidup sendiri, pasti membutuhkan orang lain. Dari lahir sampai mati cenderung memerlukan bantuan orang lain (tidak terbatas pada keluarga, saudara, teman). Kecenderungan ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari yang menunjukkan fakta bahwa semua kegiatan yang dilakukan manusia selalu berhubungan dengan orang lain.

Kehidupan manusia dalam prosesnya dimulai sejak lahir hingga dewasa mengalami masa pertumbuhan dan perkembangan. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak akan terlepas dari manusia lain. Setiap manusia membutuhkan komunikasi dengan manusia lain. Untuk berkomunikasi manusia membutuhkan bahasa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia bahasa ialah sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri.

Bahasa sebagai alat berinteraksi antar manusia dalam masyarakat memiliki sifat sosial, yaitu pemakaian bahasa digunakan oleh setiap lapisan masyarakat. Bahasa bukan individual yang hanya

bisa digunakan dan dipahami oleh penutur saja, tetapi pemakaian bahasa akan lebih tepat bila antara penutur dan mitra tutur saling memahami.

Bahasa merupakan rangkaian bunyi yang dihasilkan alat ucap manusia secara sadar dan bahasa merupakan suatu sistem. Bahasa berguna untuk menjaga hubungan baik antar manusia. Tidak ada satu kegiatan pun yang bisa dilakukan tanpa adanya bahasa. Fungsi utama bahasa sebagai alat komunikasi yang digunakan oleh setiap manusia dalam kehidupannya mulai dari bangun tidur, melakukan aktifitas, hingga akan tidur lagi. Umumnya seluruh kegiatan manusia selalu melibatkan bahasa sebagai sarana untuk berinteraksi antarsesama. Seseorang dapat mengungkapkan ide, gagasan, pikiran, keinginan, dan menyampaikan pendapat dan informasi melalui bahasa sehingga bahasa merupakan sarana komunikasi yang utama.

Dengan hal tersebut bahwa hal lain yang menunjukkan manusia sebagai makhluk sosial adalah manusia selalu berinteraksi dengan sesamanya demi melangsungkan kehidupannya. Pada saat melakukan interaksi tidak akan terlepas dari kegiatan berkomunikasi. Komunikasi merupakan modal dan kunci sukses dalam pergaulan dan karier karena hanya dengan komunikasi sebuah hubungan baik dapat dibangun dan dibina.

George Herbert Mead mengatakan setiap manusia

mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dan itu dilakukan lewat komunikasi.<sup>1</sup> Terjadinya komunikasi kapan dan dimana saja seseorang dapat berusaha menggapai suatu pesan, berusaha memberikan makna kepadanya. Secara umum komunikasi memiliki peranan untuk menentukan gerak kehidupan karena hampir semua aktifitas baik secara individu, kelompok, sosial, budaya, politik, ekonomi, agama, dan hubungan antar bangsa dilakukan dengan cara berkomunikasi.

Memiliki tugas sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan yang lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa seseorang perlu berkomunikasi.

Selain sebagai makhluk individu yang memiliki unsur jasmani dan rohani, namun selain itu manusia adalah makhluk sosial atau makhluk bermasyarakat. Dalam hubungannya sebagai makhluk sosial, selalu hidup bersama dengan yang lainnya. Dorongan yang dibina sejak lahir akan selalu menampakan dirinya dalam berbagai bentuk, karena itu dengan sendirinya manusia akan selalu bermasyarakat dalam kehidupan.

Dikatakan bahwa manusia sebagai makhluk sosial, juga karena pada setiap diri manusia ada dorongan dan kebutuhan untuk berhubungan

---

<sup>1</sup> Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja rosdakarya, 2014) hal.11

(interaksi) dengan orang lain. Selain itu dapat dikatakan sebagai makhluk sosial karena manusia tidak bisa hidup tanpa bantuan orang lain.

Proses interaksi manusia dalam hal tersebut bisa dinilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Profesor Wilbur Schram menyebutkannya bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

Kita mengenal komunikasi dari berbagai aktivitas manusia. Aktivitas manusia dapat berjalan lancar karena komunikasi. Komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan dan manusia tidak dapat menghindari komunikasi. Makna komunikasi sangat luas dan beragam, komunikasi dapat disampaikan dengan pesan verbal atau pesan nonverbal.

Manusia sebagai makhluk social selain membutuhkan interaksi sebagai sesama manusia dalam komunikasi, maka dalam era masyarakat informatif seperti saat ini, ragam teknik pencarian sumber informasi dan akurasi informasi yang diperoleh sangatlah penting dalam proses pengambilan keputusan profesional. Hal itu menunjukkan pula bahwa kapasitas komunikator (publik) dalam menyajikan gagasan-gagasannya sangatlah mengedepan. Maka dengan hal tersebut Manusia merupakan

mahluk sosial yang sangat membutuhkan informasi, untuk mendapatkan informasi itu maka dilakukan dengan cara berkomunikasi baik secara verbal maupun non verbal.

Komunikasi akan tercapai jika antara orang-orang yang terlibat komunikasi terdapat kesamaan makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Setiap orang membutuhkan informasi dalam hidupnya, melalui informasi seseorang dapat mengetahui segala sesuatu yang terjadi di dunia ini. Berbicara informasi, kemajuan teknologi pada saat ini sangat pesat baik dari sisi kecepatan maupun kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia sudah tidak kalah saing dengan teknologi informasi dan komunikasi dari negara-negara lainnya.

Informasi menjadi hal yang sangat penting, sebab tanpa adanya informasi, atau pengetahuan sesuai kebutuhan masing-masing, maka kita akan mengalami kesulitan untuk mengetahui informasi yang sedang terjadi saat ini. Kebutuhan informasi membuat manusia tidak bisa lepas dan terus mencari suatu informasi untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga masyarakat semakin bersikap kritis dan menimbulkan perubahan pada masyarakat itu sendiri.

Setiap orang membutuhkan informasi dalam hidupnya, karena dengan informasi seseorang dapat mengetahui segala sesuatu yang terjadi

di dunia ini. Untuk mendapatkan informasi maka masyarakat pada umumnya membutuhkan media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan media online. Pada dasarnya media memiliki tujuan utama menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting. Komunikasi dibutuhkan untuk memperoleh atau memberi informasi dari atau kepada orang lain. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat, sehingga manusia membutuhkan alat komunikasi yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Jadi komunikasi merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sangat vital.

Komunikasi sangat berperan penting dalam proses interaksi antara manusia karena disadari atau tidak, komunikasi adalah suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dikatakan mendasar karena setiap individu, atau anggota masyarakat keinginan untuk mempertahankan hidupnya. Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu lainnya, sehingga meningkatkan individu tersebut untuk tetap hidup.

Komunikasi yang dilakukan bisa menyebabkan pengalaman seseorang bertambah luas, sehingga dapat menyelesaikan sikap dan tingkah lakunya dengan sikap dan tingkah laku orang lain. Maka Komunikasi merupakan salah satu cara membuka pikiran untuk melangkah kedalam dunia yang lebih maju kaya akan informasi. Informasi tersebut

menjadi kebutuhan yang sangat esensial untuk berbagai tujuan. Dengan adanya informasi masyarakat dapat mengikuti peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di seluruh dunia sehingga wawasan masyarakat bertambah, memperluas opini dan pandangan, serta dapat meningkatkan kedudukan dan perannya dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara.

Atas dasar manusia sebagai makhluk social dan sebagai manusia pula membutuhkan informasi dalam kehidupan sehari-hari agar supaya tidak tertinggal informasi atau tertinggal pembicaraan, maka karena kebutuhan akan informasi tersebut dan kebutuhan pada informasi, salah satu yang menjadi sumber informasi dalam aktivitas manusia adalah media massa, media massa merupakan salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi setiap hari, kapan saja dan dimana saja antara satu orang dengan orang yang lain.

Setiap orang akan selalu memerlukan media massa untuk mendapatkan informasi mengenai kejadian di sekitar mereka, dengan media massa pula orang akan mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan pada saat tertentu mereka menginginkan informasi. Disisi lain manusia dapat berbagi kejadian – kejadian yang terjadi di sekitar mereka kepada orang lain. Sehingga antara satu orang dengan orang lain di daerah yang berbeda dapat melakukan pertukaran informasi mengenai kejadian disekitar mereka melalui media massa.

Media massa merupakan salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi setiap hari, kapan saja dan dimana saja antara satu orang dengan orang yang lain. Setiap orang akan selalu memerlukan media massa untuk mendapatkan informasi mengenai kejadian di sekitar mereka, dengan media massa pula orang akan mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan pada saat tertentu mereka menginginkan informasi. Di sisi lain manusia dapat berbagi kejadian – kejadian yang terjadi di sekitar mereka kepada orang lain. Sehingga antara satu orang dengan orang lain di daerah yang berbeda dapat melakukan pertukaran informasi mengenai kejadian disekitar mereka melalui media massa.

Media massa mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat, karena dapat memberikan informasi yang akan berkembang menjadi sebuah opini. Oleh karena itu penting bagi masyarakat yang membutuhkan informasi untuk mengamati opini publik melalui media massa. Media massa dapat membentuk opini publik, baik itu opini yang dibentuk media untuk masyarakat maupun opini yang dibentuk oleh masyarakat itu sendiri melalui media. Media juga dapat memberikan suatu liputan yang utuh mengenai suatu organisasi sebagaimana yang terjadi di lapangan. Namun media dapat pula membentuk realitas sendiri berdasarkan sudut pandang media tersebut.

Media massa salah satunya ialah memberi informasi (*to inform*). Dalam hal ini, media sebagai komponen komunikasi yaitu menjadi



perantara dari komunikator menuju komunikan. Maka media informasi yaitu sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Media informasi sebagai alat yang menyampaikan suatu informasi harus tepat sasaran agar dapat tersampaikan dengan baik pada target sasaran sehingga dapat bermanfaat bagi pembuat dan penerima informasi.

Media massa sebagai salah satu aspek penyebaran informasi di suatu negara memainkan peran penting dalam berjalannya demokrasi di Indonesia. Melalui media massa, informasi dirangkum dan dikonsumsi oleh masyarakat. Beragam bentuk informasi yang disajikan oleh media secara umum berisi edukasi, hiburan, dan informasi mengenai ekonomi, politik, sosial dan budaya. Penyebaran informasi ini dilakukan oleh media dimana pers berperan sebagai pencari berita. Hal ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan dengan menemui narasumber dan menerjemahkan setiap kejadian. Proses ini dilakukan dengan mempertimbangkan aspek-aspek jurnalistik yang sesuai dengan kaidah jurnalistik, yang mana nantinya akan diolah kembali oleh media itu sendiri sesuai dengan kemana arah kebijakan yang diambil.

Untuk memperjelas mengenai informasi, menurut Fisher dalam mengelompokkan berbagai pandangan mengenai konsep informasi ke

dalam tiga buah variasi yaitu<sup>2</sup>:

Penggunaan istilah informasi untuk menunjukkan fakta atau data yang dapat diperoleh selama tindakan komunikasi berlangsung, Penggunaan informasi untuk menunjukan makna data. Informasi berbeda dari data. Informasi adalah arti, maksud dan makna yang dikandung data, Istilah informasi menurut teori informasi, yang menganggap informasi sebagai jumlah ketidakpastian yang dapat di ukur dengan cara mereduksi sejumlah alternatif pilihan yang tersedia. Informasi berkaitan erat dengan situasi yang tidak pasti.

Definisi informasi menurut Jalaludin Rakhmat, adalah “Informasi juga dapat diartikan segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian mengurangi jumlah kemungkinan dalam situasi. Informasi bersumber dari manusia baik dalam bentuk ide, gagasan, opini/pendapat yang berupa sikap, pendapat, keyakinan serta tingkah laku seseorang. Dengan informasi manusia memiliki nilai lebih yaitu dapat mengetahui apa yang telah, sedang dan akan terjadi di sekitar lingkungan kehidupannya.”<sup>3</sup>

Faktualitas, faktualitas yakni adanya fakta-fakta benar – benar terjadi, bukan fiksi. Informasi yang aktual dan bersifat fakta muncul dari kejadian nyata, pendapat, dan pernyataan. Ketepatan, Ketepatan informasi mengacu pada kemampuan untuk memberikan estimasi yang akurat dan memiliki tingkat kesesuaian dengan penerima. Jika dilihat dari segi waktu,

<sup>2</sup> Djuarsa, S. Sendjaja, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Universitas Terbuka. 2007) Hal. 3-4

<sup>3</sup> Jalaludin rakhmat, Psikologi komunikasi, (bandung: PT remaja rosdakarya, 2012), hal 223

ketepatan juga berarti informasi yang sampai kepada penerima tidak boleh terlambat.

Kebenaran Informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan harus memiliki kebenaran. Artinya informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan bagi orang yang menerima informasi tersebut. Informasi yang disampaikan pada penerima bisa disampaikan dengan beragam bentuk, bisa melalui media social, informasi disampaikan melalui *broadcast message* atau informasi yang disampaikan dengan melalui media yang sudah sering kita baca baik informasi yang disampaikan melalui media cetak ataupun online maka dalam informasi tersebut yang disampaikan melalui media sering disebut berita.

Berita merupakan sarana informasi yang sangat penting bagi seluruh lapisan masyarakat. Di mana semua peristiwa, baik yang sudah lama maupun yang paling terbaru disajikan melalui catatan atau laporan dari seorang wartawan. Masyarakat memandang berita sebagai sebuah fakta di lapangan yang kemudian disajikan apa adanya oleh media.

Keanekaragaman jenis berita yang ada sekarang ini juga menjadi nilai tersendiri bagi masyarakat. Setiap orang dapat dengan bebas untuk memilih berita – berita yang memang menjadi favorit mereka, mulai dari politik, budaya, pendidikan, hiburan, olahraga, dan lain – lain. Kemasan berita juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan, yang pada awalnya hanya berupa tulisan di atas kertas biasa, saat ini sudah hadir

berita – berita dengan bentuk elektronik menggunakan media televisi, radio hingga internet.

Berita merupakan salah satu media untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait hal-hal atau kejadian yang terjadi di lingkungan sekitar. Berita merupakan bahan utama dari media massa, baik elektronik maupun cetak. Sifat berita itu sendiri memberikan informasi cepat diterima oleh masyarakat. Semakin cepat berita itu sampai kepada masyarakat maka informasi dari berita itu akan cepat menyebar.

Berita dapat ditemukan dari berbagai tempat, baik itu dari media elektronik ataupun dari media cetak. Kemenarikan berita yang terdapat dalam media cetak dapat dilihat dari judul yang digunakan. Seorang pembaca akan menentukan kemenarikan sebuah berita dan judulnya. Sehingga pembuatan judul haruslah dipertahatkan dengan baik. Penulisan judul dalam sebuah berita harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami, jelas dan tidak ambigu. Penggunaan singkatan juga dapat diterapkan dalam penulisan judul, akan tetapi singkatan yang dimaksudkan haruslah merupakan singkatan yang sudah bisa digunakan dan dipahami oleh pembacanya.

Berita tanpa judul tidak dapat dikenal oleh pembaca. Dan tidak dapat memberi pesan, sedangkan sifat berita yang memberi informasi yang berupa pesan. Judul adalah pemicu daya tarik pertama bagi pembaca untuk membaca suatu berita, atau melewatinya dan melupakannya. Judul berita yang

baik harus memenuhi tujuh syarat yaitu provokatif, singkat-padat, relevan, fungsional, formal, representatif, dan menggunakan bahasa baku.

Berkembangnya media massa yang menjadi bagian penting untuk masyarakat mendapatkan informasi maka media massa pun masuk pada lini untuk menyampaikan informasi keagamaan, maka perkembangan terkait media yang lebih khususnya pada informasi atau yang sering disebut pemberitaan media sudah menyentuh pada pengklasifikasi sesuai dengan kebutuhan, baik itu kebutuhan agama atau kebutuhan yang sesuai dengan aturan keagamaan baik dalam penulisan atau informasi yang disampaikan tidak keluar dalam norma keagamaan misalkan seperti tidak menyampaikan berita bohong atau memprovokasi dalam unsur beritanya.

Tren yang berlangsung terkait pengkhususan dalam pemberitaan sudah mulai berlangsung, lebih khusus yang terkait dengan pemberitaan Islami, pemberitaan Islami bukan hanya soal isi berita yang sesuai dengan aturan tapi tahapan dan penghimpunan informasinya pun di susun sesuai dengan norma yang dianut dalam keagamaan.

Klasifikasi yang pada waktu sekarang ini berlangsung adalah terkait dengan pemberitaan Islami yang secara tidak langsung sebagai mayoritas umat Islam di Indonesia akan tetapi ada nilai yang diajarkan sejak dulu terkait dalam penyampaian informasi yang diajarkan oleh ajaran Islam. Maka pada masanya ada kesadaran bahwa nilai-nilai yang diajarkan oleh agama Islam bisa digunakan dalam nilai-nilai pemberitaan yang

sekarang berkembang disebut pemberitaan Islami atau jurnalisme Islam.

Jurnalisme Islam adalah suatu proses meliput, mengolah, dan menyebarkan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.

Jurnalistik Islam menjadi suatu jawaban keperluan dakwah, penyebaran informasi keIslaman, nilai-nilai keIslaman dan penyebaran pemikiran maupun ideologi Islam dengan menggunakan teknik dan strategi jurnalistik serta pemanfaatan media massa modern untuk menumbuhkan persepsi Islami di tengah-tengah masyarakat dengan harapan bahwa Islam dapat diterima masyarakat secara luas, sebagai satu-satunya solusi bagi seluruh persoalan kehidupan manusia.

Jurnalistik Islam menjadi solusi masyarakat Indonesia mendapatkan informasi-informasi keIslaman, dimana Islam merupakan agama dengan jumlah penganut terbanyak di Indonesia. Menurut sensus yang dilakukan padatahun 2010, sebanyak 87,18% dari 237.641 penduduk Indonesia menganut Islam sebagai kepercayaan mereka. Hal ini menjelaskan bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Berkaitan dengan hal tersebut, masyarakat muslim Indonesia memerlukan media yang dapat memberikan pemberitaan Islami dan asupan berkualitas untuk pengembangan wawasan umat Islam.

Jurnalisme Islam dalam hal yang harus dilakukan dengan

berlandaskan pada aturan yang ada dalam contoh yang dilakukan oleh Nabi Muhammad maka sejalan dengan jurnalisme prophetic, jurnalisme prophetic pun Jurnalisme Profetik melakukan kontrol dari dalam berdasar iman, agama apa pun yang dianut. Sekaligus, jurnalisme profetik juga menganjurkan sesuatu di luar dunia tulis-menulis dan penyiaran (*beyond call of journalism*), yakni berbuat sesuatu yang bermanfaat untuk publik, aksi kepedulian sosial. Dengan banyak mengambil ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, buku ini memberi beberapa panduan untuk mengembangkan kepekaan menuju kecerdasan spiritual. Wartawan profetik bekerja dengan ketangkasan fisik, kecerdasan intelektual dan sosial, serta sekaligus kecerdasan spiritual.

Tanggung jawab profetik Islam yaitu mengupayakan agar ajaran Islam tetap dan selalu fungsional serta aktual dalam kehidupan. Jurnalis muslim tidak boleh tinggal diam jika melihat ada kemungkar dalam dunia yang digelutinya, misalnya menyaksikan pencitraan negatif tentang Islam atau ada rekayasa yang memojokkan Islam dan umatnya di media massa. Sebagai juru dakwah yang menebarkan kebenaran ilahi, jurnalis muslim laksana “penyambung lidah” para nabi dan ulama. Karena itu, ia pun dituntut memiliki sifat-sifat kenabian seperti Shiddiq, Amanah, Tabligh dan Fathonah.

Misi komunikasi profetik adalah membebaskan manusia sejauh mungkin dari praktik komunikasi yang menimbulkan prasangka,

kebohongan publik, penyebaran fitnah, kebohongan yang dusta. Komunikasi profetik tidak menoleransi segala perilaku yang dinilai mempraktikkan kebohongan.

Rusjdi Hamka dalam *Media dan Citra Muslim* menjelaskan beberapa faktor yang menyebabkan Pers Islam atau pemberitaan Islami sulit berkembang atau berhenti terbit. Terbatasnya modal, kurang profesional, minat baca umat yang rendah, dan kurang menarik bagi kalangan menengah ke atas, merupakan empat aspek keterbatasan pers Islam yaitu terbatasnya modal.<sup>4</sup> Hal ini ada kaitanya dengan motivasi utama penerbitan Pers Islam ialah semangat untuk berdakwah, menyebarkan agama Allah. Para penerbit dan redaktur Pers Islam kebanyakan terdiri dari orang-orang sepaham, dari satu organisasi. Dengan demikian, sulit dihindarkan sifat *eksklusivisme*, yang berarti kurang tertariknya kalangan luar yang tidak sepaham membaca atau menjadi pelanggan.

Adanya kebebasan pers sesuai dengan UUD 1945 yaitu UU Pers No 40 tahun 1999 membuat masyarakat Indonesia mulai bebas untuk mendapatkan informasi dan melakukan komunikasi guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dan untuk meningkatkan kualitas hidup. Masyarakat Indonesia mulai bebas menyampaikan aspirasinya kepada khalayak umum, tak terkecuali organisasi-organisasi yang bernafaskan agama, politik,

---

<sup>4</sup> Idi Subandi Ibrahim, *Media dan citra muslim : dari spiritualitas untuk berperang menuju spiritualitas untuk berdialog*, (Yogyakarta: Jelasutra, 2005)



ekonomi dan lain sebagainya. Berbagai bentuk media pun muncul guna mendukung aktifitas penyebaran informasi informasi khalayak tersebut, mulai dari media cetak hingga media online (internet).

Saat ini pada era teknologi dan informasi modern sebuah tantangan besar bagi umat Islam yang merupakan salah satu agama terbesar di Indonesia untuk mengoptimalkan adanya teknologi untuk berdakwah. Sejak masa kebangkitan agama Islam, dakwah melalui tulisan (*bil qalam*) merupakan salah satu dakwah yang paling efektif yang dilakukan Rasul untuk menyebarkan agama Islam. Sehingga gagasan dakwah menggunakan tulisan dapat dijadikan contoh saat ini sesuai dengan media kekinian oleh umat Islam dalam berdakwah. Aktifitas penulisan pesan dakwah pastinya tidak lepas dari konsep penegakkan *amar ma'ruf nahi mungkar*, yaitu menyuruh berbuat kebaikan dan meninggalkan hal yang mungkar. Serta tetap berdasarkan Qur'an dan hadist sebagai acuannya.

Minimnya media massa yang menyalurkan aspirasi dan pemberitaan secara jujur dan benar yang sesuai kaidah dakwah mengenai informasi Islam juga akan menjadi masalah besar bagi umat Islam. Memang saat ini banyak media Islam yang terus berkembang pesat seiring berkembangnya teknologi, namun akan tetapi justru kebanyakan media tersebut hanya mengangkat atau mengkonstruksi berita-berita yang terkadang justru menyesatkan dan membodohi masyarakat.

Media tersebut hanya mementingkan sebuah kepopuleran guna menarik minat masyarakat untuk mengkonsumsi medianya. Fenomena ini terjadi di beberapa tahun yang lalu, salah satu contoh majalah yang begitu mencolok adalah majalah Hidayah. Majalah ini begitu kuat mengangkat cerita cerita Islam yang berbau mistis dan tak hayal mereka menjerumuskan berita yang menurut saya mendekati pada kemusyrikan. Hal ini sangat bertolak belakang dengan tujuan dakwah Islam yang seharusnya menyampaikan dakwahnya secara jujur dan tidak hiperbola sesuai dengan Al Qur'an dan Hadist.

Praktek jurnalisme dakwah sendiri atau lebih umum dikenal sebagai jurnalisme Islam adalah sebuah kegiatan meliput, mengelola dan menyebar luaskan berbagai peristiwa yang bermuatan nilai Islam sesuai dengan kaidah jurnalistik atau norma – norma yang bersumber pada Al-quran dan hadist. Praktek ini telah diterapkan oleh semua media-media berbasis Islam dari jaman dahulu.

Terbentuknya wawasan informasi terkait dengan pemberitaan Islami atau yang sering disebut dengan jurnalisme Islam maka keterlibtan SDM yang mumpuni bukan hanya pemahaman terkait ilmu jurnalistik atau pemahaman hanya terkait dengan kode etik jurnalistik tetapi SDM atau wartawannya pun harus memahami nilai-nilai yang menjadi pembeda terkait pemberitaan Islami, maka selain pemahaman ilmu jurnalistik dan penulisannya wartawan harus dibarengi dengan ilmu nilai-nilai penyebaran

informasi yang diajarkan oleh agama Islam, dengan hal tersebut maka pemberitaan Islami akan bisa tercapai dengan terpenuhi nilai-nilai keIslaman yang diajarkan dalam menyampaikan informasi, nilai-nilai yang digambarkan dalam kode etik jurnalistik yang harus difahami oleh wartawan maka sebagai wartawan muslim selain harus memahami terkait dengan kode etik jurnalistik maka wartawan muslimpun harus memahami nilai-nilai yang ada pada jurnalisme profetik.

Jurnalisme profetik Kata “profetik” berasal dari bahasa Inggris *prophetic*. Artinya adalah kenabian. Menurut Parni Hadi jurnalisme profetik adalah jurnalisme kenabian. Maksudnya, jurnalisme yang meneladani akhlak dan perilaku mulia para nabi dan rasul dari semua agama. Jadi, pada dasarnya para wartawan adalah pewaris dan penerus tugas kenabian.<sup>5</sup>

Tugas para nabi dan rasul, menurut Alquran, adalah untuk : “menyampaikan kabar gembira dan memberi peringatan, mengajak orang berbuat kebaikan dan memerangi kebatilan atau *amar makruf, nahi munkar*. Tugas itu sama dengan apa yang diemban para wartawan, menurut fungsi pers dan kode etik jurnalistik yang bersifat universal.

Jurnalisme profetik adalah proses mencari, mengumpulkan dan mengolah bahan-bahan dan menyiarkannya dalam bentuk informasi dengan melibatkan olah fisik, intelektual dan spiritual sejak awal untuk

---

<sup>5</sup> Parni Hadi, *Jurnalisme Profetik*, (Dompet Dhuafa, 2015)

melayani publik dengan penuh cinta tanpa memandang suku, ras, budaya, agama dan ideologi.

Jurnalisme profetik adalah jurnalisme cinta. Jurnalisme profetik tidak berarti lembek atau toleran terhadap kejahatan kepada kemanusiaan, termasuk korupsi. Jurnalisme profetik juga menggalakkan *investigative reporting*. Fungsi jurnalisme profetik adalah: memberi informasi, mendidik, menghibur, mengadvokasi, mencerahkan dan memberdayakan publik. Agar fungsi itu bisa terwujud, diperlukan persyaratan-persyaratan berikut: 1) kebebasan, agar ada 2) independensi, untuk menampilkan 3) kebenaran, guna mewujudkan 4) keadilan, demi 5) kesejahteraan, agar tercipta 6) perdamaian bagi seluruh alam semesta (*rahmatan lil alamin*).

Menurut Parni Hadi, menjadi wartawan merupakan suatu ibadah. Dalam bukunya yang berjudul "Jurnalisme Profetik", kata Profetik berasal dari bahasa Inggris *prophetic* artinya adalah kenabian. Karena itu jurnalisme profetik adalah jurnalisme kenabian. Maksudnya jurnalisme yang meneladani akhlak dan perilaku mulia nabi dan rosul dari semua agama. Tugas para nabi dan rosul, menurut alQur'an adalah untuk menyampaikan kabar gembira dan memberi peringatan, mengajak orang berbuat kebaikan dan mencegah kebatilan (*amar makruf nahi mungkar*).

<sup>6</sup>Sesuai perintah yang terdapat dalam alQur'an surat Al-Imron ayat 104:

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang

---

<sup>6</sup> Parni Hadi, *Jurnalisme Profetik*, (Dompet Dhuafa, 2015)

menyerukepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar [217]; merekalah orang-orang yang beruntung.[217] "Ma'ruf": segala perbuatan yang mendekatkan kita kepada Allah; sedangkan Munkar ialah segala perbuatan yang menjauhkan kita dari pada-Nya.

Tugas itu sama dengan apa yang diemban para wartawan, menurut fungsi pers dan kode etik jurnalistik yang bersifat universal. Jadi, pada dasarnya para wartawan adalah pewaris dan penerus tugas kenabian, Nabi dan rasul menjalankan tugas atas perintah dan petunjuk dari Allah, melalui proses atau perilaku spiritual. Nabi dan rasul melaksanakan perintah Allah dengan kepatuhan penuh, sukarela, suka cita dan penuh cinta kepada sesama sebagai ibadah kepada Allah.

Perni meyakini, manifestasi ajaran agama apa pun yang paling *sublime* dan bisa diterima oleh semua pemeluk agama adalah cinta. Jurnalisme Profetik sama dengan jurnalisme cinta. Jurnalisme profetik adalah proses mencari, mengumpulkan dan mengolah bahan-bahan dan menyiarkannya dalam bentuk informasi dengan melibatkan olah fisik, intelektual dan spiritual sejak awal untuk melayani publik dengan penuh cinta tanpa memandang suku, ras, budaya, agama dan ideologi.

Sekalipun menekankan pentingnya cinta sebagai landasannya, jurnalisme profetik bukan berarti lembek yang toleran terhadap kejahatan kepada kemanusiaan, termasuk korupsi. Namun, jurnalisme profetik

menyerukan perang kepada korupsi dengan menggalakkan "investigative reporting". Jurnalisme profetik berfungsi sebagai informasi, mendidik, menghibur, mengadvokasi, mencerahkan dan memberdayakan publik. Fungsi itu bisa terwujud, maka diperlukan persyaratan-persyaratan diantaranya: kebebasan, independensi, kebenaran, keadilan, kesejahteraan, agar tercipta perdamaian bagi seluruh alam semesta (*rahmatan lil alamin*).

Jurnalisme Profetik melakukan kontrol dari dalam berdasar iman, agama apa pun yang dianut. Sekaligus, jurnalisme profetik juga menganjurkan sesuatu di luar dunia tulis-menulis dan penyiaran (*beyond call of journalism*), yakni berbuat sesuatu yang bermanfaat untuk publik, aksi kepedulian sosial. Dengan banyak mengambil ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, buku ini memberi beberapa panduan untuk mengembangkan kepekaan menuju kecerdasan spiritual. Wartawan profetik bekerja dengan ketangkasan fisik, kecerdasan intelektual dan sosial, serta sekaligus kecerdasan spiritual. Berdasarkan uraian Parni Hadi mengenai jurnalisme profetik, di mana seorang jurnalis harus bisa mengemban sifat kenabian dalam profesi yang dijalani.

Wartawan atau Jurnalis adalah seseorang yang bertugas sebagai pegiat jurnalistik. Dalam aktivitas sehari-harinya wartawan menghabiskan waktunya untuk melakukan kegiatan jurnalistik dari mulai memburu, meliput, mencatat dan melaporkan sebuah berita. Wartawan adalah sebuah

profesi dan juga sebagai ujung tombak sebuah perusahaan media. Seorang wartawan terikat oleh kaidah-kaidah profesionalisme yang sesuai bidangnya. Dengan kata lain wartawan adalah seorang profesional yang harus mengikuti kaidah atau kode etik jurnalistik dan pedoman pemberitaan.

Wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik berupa mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik, maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran lainnya.

Wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional untuk menjaga kepercayaan publik, menegakan integrasi, dan profesionalisme. Salah satu profesionalisme wartawan adalah independen, independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers. Selain itu, wartawan harus akurat dalam memberitakan sesuatu dan wartawan harus dapat dipercaya sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.

Tidak hanya itu wartawan juga harus objektif dalam membuat berita yang berimbang. Dalam arti semua pihak mendapat kesempatan setara dalam menyampaikan sebuah informasi. Tidak ada niat secara

sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain dan mempunyai itikad yang buruk.

Wartawan atau jurnalis merupakan orang yang bertugas atau bekerja untuk mencari, mengumpulkan, memilih, mengolah berita dan menyajikannya secara cepat kepada khalayak luas yang dapat dilakukan melalui media cetak atau media elektronik, dalam melakukan tugasnya, wartawan sebetulnya bukan hanya mengambil realitas yang sebenarnya, tapi juga membentuk berita: ia menguraikan, mengurutkan, mengonstruksi peristiwa demi peristiwa, sumber demi sumber, serta membentuk citra dan berita tertentu.

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.

Keseluruhan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pers tersebut, dapat dirangkum menjadi tiga kegiatan yang umumnya dilakukan oleh wartawan di lapangan, yaitu kegiatan mencari berita (*news hunting*) yang merujuk pada kenyataan bahwa wartawan harus mengejar (memburu) sumber berita agar mendapatkan hasil yang diharapkan, lalu kegiatan



pengumpulan berita (*news gathering*), merujuk pada pekerjaan wartawan yang hanya mengumpulkan bahan berita dari berbagai sumber yang tersedia sampai kepada kegiatan membuat berita (*news making*).

Ukuran profesionalisme wartawan terletak pada ketaatan terhadap Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Selagi berpegang teguh pada KEJ, tidak satu pihakpun bisa menggugat hasil karya jurnalistik yang dibuat wartawan, selain itu, wartawan secara profesi juga sudah semestinya berpegang pada undang-undang yang secara khusus berlaku untuknya, yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. Wartawan juga perlu bergabung dengan organisasi formal terkait profesinya, seperti PWI dan AJI, untuk dapat mengaktualisasikan diri dalam profesi kewartawanan.

Selain ketaatan terhadap Kode Etik Jurnalistik (KEJ) Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, seorang wartawan juga harus memperhatikan nilai-nilai lokal yang berlaku pada masyarakat di sekitarnya. Hal ini dikarenakan profesi wartawan memiliki mobilitas dan dinamika yang tinggi. Wartawan harus aktif melakukan "*personal contact*" atau hubungannya dengan orang lain. Wartawan menjalin hubungan dengan semua orang dari berbagai latar belakang dan status sosial, khususnya narasumber yang menjadi mitra wartawan.

Menjadi wartawan merupakan hak asasi seluruh warga Negara. Tidak ada ketentuan yang membatasi hak seseorang untuk menjadi

wartawan. Pekerjaan wartawan sendiri sangat berhubungan dengan kepentingan public karena wartawan adalah bidan sejarah, pengawal kebenaran dan keadilan, pemuka pendapat, pelindung hak-hak pribadi masyarakat.

Dalam melaksanakan tugasnya wartawan harus memiliki standar kompetensi yang memadai dan disepakati oleh masyarakat pers. Standar kompetensi ini menjadi alat ukur profesionalisme wartawan.<sup>7</sup>

Kompetensi wartawan menjadi perlu sebagai bekal untuk mencapai profesionalisme wartawan. Pasokan informasi dan berita yang disajikan wartawan merupakan hasil karya wartawan yang berbasis pada kompetensi yang dimiliki wartawan itu sendiri. Kemampuan menulis dan kepiawaian berbicara, ketekunan kerja, dan pengetahuan yang memadai menjadi pijakan kompetensi yang harus ada dalam diri setiap wartawan.<sup>8</sup>

Jurnalistik adalah suatu keterampilan dan pilihan profesi. Jurnalistik sebagai keterampilan tidak hanya mengharuskan pengetahuan yang cukup untuk memahaminya, tetapi juga harus digeluti layaknya para wartawan bekerja. Sikap untuk selalu mempertanyakan, piawai dalam wawancara, taktis dalam melakukan liputan, dan mampu menulis berita menjadi bukti jurnalis sebagai keterampilan. Bekerja pada bidang jurnalistik membutuhkan kemahiran untuk memahami dan menguasai jurnalistik,

---

<sup>7</sup> Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia, *UKJ AJI*, (Jakarta Pusat: Aliansi Jurnalis Independen Indonesia, 2012), 17.

<sup>8</sup> Yunus Syaifuddin, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 41

diperlukan proses pembelajaran yang komprehensif dan latihan yang dapat menambah keterampilan. Terampil dalam jurnalis pun tidak harus menjadikan seorang berkecimpung dan terjun kedalam dunia jurnalistik.

Tantangan yang dihadapi jurnalis Indonesia saat ini sangat beragam. Mulai dari iklim kerja yang kurang mendukung, ancaman terhadap kelangsungan pekerjaan akibat krisis ekonomi atau salah pengelolaan, sehingga potensi untuk menjadi korban kekerasan. Sebagian dari masalah itu mungkin tak terhindarkan. Soal “keamanan” pekerjaan, misalnya. Penyebab dari masalah ini bisa jadi karena salah urus manajemen atau memang Karena factor ekonomiyang sedang krisis.

Dengan kata lain, menguasai pers berarti menguasai masyarakat beserta seluruh sendi kehidupan yang ada. Pemerintah kemudian menerbitkan Surat izin Usaha Pernerbitan Perusahaan Pers (SIUPP), sebagai pengontrol media, yang penerapannya terdapat dalam Undang Undang Pokok Pers no 21/ 1982. Jika SIUPP sebuah terbitan dicabut oleh Departemen Penerangan, maka terbitan itu dapat saja langsung ditutup oleh pemerintah.

Situasi ini membawa pers Indonesia menjadi mandul, berita-berita di media tidak lebih adalah jurnal tentang kegiatan pejabat, yang tanpa kritik. Pers menutup rapat-rapat informasi soal penyelewengan, ketimpangan, dan ketidakadilan sosial, masalah buruh, dan lainnya. Lewat pembungkaman terhadap pers, Orba menempatkan kedudukan masyarakat

menjadi lemah. Pers yang merupakan salah satu unsur masyarakat menjadi lemah pula kedudukannya dan terpaksa harus menyesuaikan diri dengan kepentingan-kepentingan yang menguntungkan negara.<sup>9</sup>

Pada periode 1990-an, saat muncul arus keterbukaan, kebebasan, dan pemberdayaan sipil, khususnya di dunia ketiga, arus perubahan itu mulai tampak. Pemerintah yang banyak ditekan soal kondisi sosio - politik oleh negara-negara barat, mulai bersikap melunak. Pers mulai melakukan liputan-liputan kritis, seperti Kedung Ombo, Timor - timur, dikotomi ABRI dan lain-lain. Pada 21 Juni 1994, diluar dugaan pemerintah membredel SIUPP tiga media terkemuka dan bertiras besar, Majalah *Tempo*, *Editor* dan Tabloid *DeTik*. Meski pemerintah mengatakan pembredelan itu lebih disebabkan karena masalah administratif, namun tidak bisa dipungkiri tulisan di media-media itulah yang membuat bredel itu terjadi.

Hadirnya AJI seakan menampilkan warna baru dunia jurnalistik yang lebih independent dan lebih mengarah pada kegiatan jurnistik yang lebih Islami atau sebagai babak baru dunia jurnalistik yang lebih islmi dan tidak menjadi partisan sebauah parpol atau kepentingan pihak tertentu, misalnya lahirnya Surat Kabar Republik (dsb).

AJI Sebagai organisasi yang menaungi jurnalis sudah tersebar diberbagai kota di Indonesia maka pada penelitian ini yang dijadikan objek

---

<sup>9</sup> M. Syafii Anwar, 1995, *Pemikiran dan aksi Islam Indonesia (Kajian tentang Politik Cenedkiawan Indonesia)*, Jakarta: Paramadina, halaman 9.

penelitian adalah Aliansi Jurnalis Independen Kota Bandung yang akan digambarkan dalam penelitian ini terkait dengan fenomena pemberitaan Islami yang menyebar dan sedang menjadi diskusi yang menarik terkait pemberitaan yang dikhususkan sebagai pemberitaan Islami.

Dengan munculnya hal tersebut timbul sekat yang Nampak terkait dengan pemisahan terkait pemberitaan, yaitu dengan munculnya konsep pemberitaan Islami maka muncul yang seperti eksklusifitas meskipun dalam mayoritas, karena dalam lingkup wartawan atau jurnalis yang selama ini dijunjung tinggi adalah UU Pers dan kode etik jurnalistik.

Seiring dengan fenomena sebagaimana diuraikan di atas, maka pemberitaan Islami merupakan sebuah produk jurnalistik yang sejalan dengan orientasi dengan dakwah yang berupaya menyampaikan kebenaran, keberimbangan dan menunjukkan netralitas pada setiap produk jurnalistiknya, serta melakukan *cross check (tabayun)* pada narasumber dan tindak menyampaikan informasi yang salah sehingga terkesan sebagai sebuah fitnah dan pasti akan merugikan pihak tertentu sebagai akibat dari pemberitaannya. Fenomena ini menjadi sangat menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut, khususnya terkait dengan pemberitaan Islami yang dalam Bahasa lain disebut sebagai jurnalisme dakwah atau jurnalisme profetik.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka fokus penelitian ini adalah mengenai jurnalisme profetik perspektif wartawan yang tergabung dalam Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Kota Bandung. Kemudian agar penelitian ini terarah maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kerangka konseptual jurnalisme profetik menurut Wartawan AJI Kota Bandung ?
2. Bagaimana perangkat asumsi jurnalisme profetik menurut Wartawan AJI Kota Bandung ?
3. Bagaimana perangkat nilai jurnalisme profetik menurut Wartawan AJI Kota Bandung ?
4. Bagaimana perangkat gagasan jurnalisme profetik menurut Wartawan AJI Kota Bandung ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian sebagaimana diuraikan di atas maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1 Untuk mengetahui kerangka konseptual jurnalisme profetik menurut Wartawan AJI Kota Bandung.
- 2 Untuk mendeskripsikan perangkat asumsi jurnalisme profetik menurut Wartawan AJI Kota Bandung.

- 3 Untuk mendeskripsikan perangkat nilai jurnalisme profetik menurut Wartawan AJI Kota Bandung.
- 4 Untuk mendeskripsikan perangkat gagasan jurnalisme profetik menurut Wartawan AJI Kota Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan dan pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan menjadi sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi di bidang jurnalistik yang Islami.

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran terkait perkembangan pemahaman dalam dunia jurnalistik dan dapat memberikan kontribusi langsung bagi para wartawan yang terlibat langsung dalam pencarian, pengolahan, pembuatan dan penyebarluasan berita.

#### **1.5 Landasan Pemikiran**

##### **1.5.1 Landasan Teori**

Teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah teori perspektif Joel M. Charon dalam deddy mulyana yang menjelaskan bahwa Perspektif merupakan suatu kumpulan asumsi maupun keyakinan tertentu tentang sesuatu hal. Melalui persepektif setiap orang memandang suatu hal berdasarkan cara-cara tertentu. Cara tersebut berhubungan

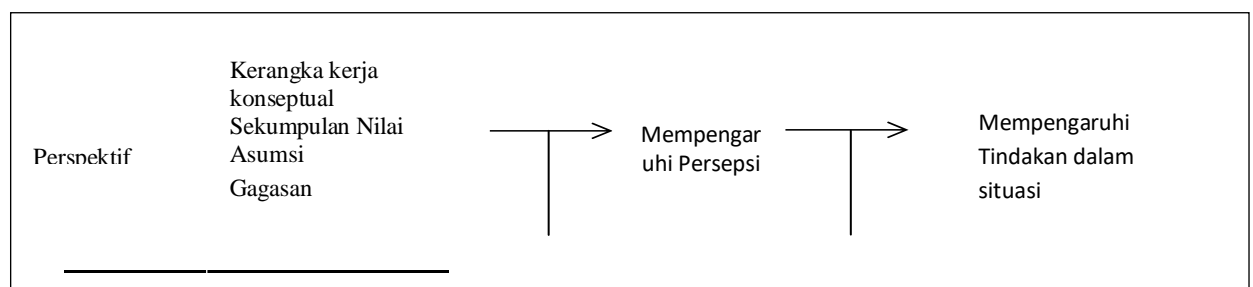
dengan asumsi yang mendasarinya, unsur-unsur pembentuknya, serta ruang lingkup yang dipandang.<sup>10</sup>

Suatu perspektif mungkin lebih mendekati realitas yang dimaksud dari pada perspektif lainnya, semua perspektif mungkin menangkap setidaknya sebagian dari realitas tersebut yakni menonjolkan aspek tertentu dan mengabaikan aspek lainnya. tidak satu perspektif pun dapat menangkap keseluruhan realitas yang diamati. Jadi, suatu perspektif bersifat terbatas, dan mengandung bias, karena hanya memungkinkan manusia melihat satu sisi saja realitas diluar sana.<sup>11</sup>

Charon mengatakan dalam buku Deddy mulyana bahwa secara ringkas perspektif adalah suatu kerangka kerja konseptual, sekumpulan asumsi, nilai, serta gagasan yang mempengaruhi perpepsi manusia sehingga menghasilkan tindakan dalam suatu konteks situasi.

Perspektif menurut Charon tersebut dapat digambarkan dalam bagan berikut ini:

Tabel 1.1 : Kerangka Teori Perspektif Joel M. Charon



<sup>10</sup> Deddy mulyana, 2013, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya, hal 7.

<sup>11</sup> Ibid, HLM 7.



Sumber : Joel M Charon dalam buku Deddy Mulyana, 2013, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya, hal 7.<sup>12</sup>

Deddy Mulyana mengemukakan bahwa perbedaan perspektif pada dasarnya merupakan perbedaan penafsiran tentang apa itu realitas dan dalam ilmu sosial, bagaimana kedudukan manusia dalam realitas tersebut. Perspektif merupakan suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi atau sudut pandang tertentu yang digunakan dalam melihat suatu fenomena. Berdasarkan konteks komunikasi, perspektif menekankan bahwa manusia aktif memilih dan mengubah aturan-aturan yang menyangkut kehidupannya.

Perspektif adalah cara kita memandang dan memaknai setiap fenomena berdasarkan pengalaman yang kita miliki. Setiap fenomena yang ada disekeliling kita ditangkap oleh indera dan di analisa serta diberi makna oleh otak dan akal kita dan akhirnya melahirkan penilaian dan pemaknaan realitas/fenomena sebagai konseptualitas baru melalui sebuah sudut pandang yang menjadi landasan analisa tertentu.

Namun pada dasarnya, setiap cara pandang pada setiap fenomena dan realitas disekeliling kita, tidak hanya dapat dilihat, dimaknai dan

---

<sup>12</sup> Ibid, hlm. 7

dikonseptualisasikan dari satu sudut pandang saja, karena pada dasarnya setiap fenomena memiliki multi perspektif, tergantung dari pengalaman, pemahaman, pola pikir, latar belakang etnis, ilmu, dan sebagainya.

Katherine Miller dalam bukunya *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*, mendefinisikan perspektif sebagai cara atau metode untuk melihat atau mengamati berbagai fenomena/keadaan/situasi di sekeliling kita. Yang perlu digaris bawahi adalah bahwa yang dimaksud diatas bukanlah perspektif secara singular tetapi perspektif secara plural atau multi, karenanya sebuah fenomena tidak hanya dapat dilihat dari satu kaca mata saja. Sebuah teori (e.g komunikasi) dapat dilihat dari sudut pandang, proses penyaringan dan proses penerangan yang berbeda-beda.<sup>13</sup>

Dalam hal ini sangat jelas bahwa perspektif merupakan suatu kumpulan asumsi maupun keyakinan tentang sesuatu hal, dengan perspektif orang akan memandang sesuatu hal berdasarkan cara-cara tertentu, dan cara-cara tersebut berhubungan dengan asumsi dasar yang menjadi dasarnya, unsur-unsur pembentuknya dan ruang lingkup apa yang dipandanginya.

Jadi bahwa Perspektif adalah bagaimana kita menggunakan

---

<sup>13</sup> Katherine Miller, 2005, *Communication Theories : Perspectives, Processes, and Contexts*, new York : McGraw Hill.

pisau analisa berdasarkan kebutuhan, kesesuaian, pengetahuan dan pengalaman kita untuk melakukan pemahaman, memberikan konseptualitas terhadap fenomena dan realitas disekeliling kita.

Dalam dunia komunikasi persepektif merupakan poin yang selalu ditampilkan untuk mendapatkan persamaan sebuah asumsi, konsep, nilai, gagasan, dan kerangka kerja. Menurut Pearce setiap hari setiap orang menghadapi masalah yang sama namun dengan cara pandang sendiri. Masalah perspektif dalam ilmu komunikasi sangatlah penting karena melalui perspektif seseorang dapat memandang komunikasi dengan cara-cara tertentu. Dengan perspektif seseorang akan mengetahui seperangkat asumsi, unsur- unsur, ruang lingkup suatu persoalan.

Pada dasarnya perspektif membawa setiap manusia untuk menentukan suatu bagian yang berhubungan dari fenomena yang terpilih dari konsep-konsep tertentu untuk dipandang secara rasional. Sedangkan pembahasan dalam teori komunikasi terdapat perspektif komunikasi sebagai salah satu strategi intelektual, kerangka konseptual, paradigma. Terdiri dari empat poin dari perspektif yaitu, mekanistik, psikologis, interaksi, dan pragmatis.

Hakekat perspektif, yaitu pemahaman terhadap suatu peristiwa tergantung kepada perspektif yang digunakan dalam mengamati peristiwa

tersebut. Setiap perspektif pada taraf tertentu kurang lengkap meskipun suatu peristiwa yang amat nyata. Namun setiap perspektif adalah benar dan mencerminkan realitas.

Ilmu komunikasi tidak menolak teori yang berasal dari ilmu lain dengan mengedepankan alasan bahwa ilmu itu berguna untuk memperoleh kebenaran yang menyeluruh. Teori yang dapat menjelaskan fenomena komunikasi secara jitu bisa dipinjam sebagai perspektif. Apalagi data komunikasi merupakan data sosial (karena diperoleh dari kenyataan masyarakat), memerlukan analisis yang komprehensif demi tercapainya kebenaran.

Dalam buku teori-teori komunikasi, Aubrey B. Fisher menjelaskan ada empat perspektif teori komunikasi, yaitu perspektif mekanistik, perspektif psikologis, perspektif interaksionis dan perspektif pragmatis. Pandangan perspektif mekanistik, yaitu setiap komponen mentransformasikan fungsinya masing-masing dalam suatu garis linier dalam gerakan yang sekuensial. Proses komunikasi dapat dipandang sebagai suatu serial dari rangkaian pelbagai objek yang bersifat sebab-akibat. Langkah yang paling efektif untuk mengkaji suatu objek adalah mengisolasi objek itu, kemudian meneliti setiap komponen lainnya berfungsi atau tidak. Adapun ruang lingkungannya yaitu studi komunikasi berpusat pada saluran dan peristiwa, atau fungsi-fungsi yang terjadi akibat saluran itu. Pengaruh saluran terhadap komunikasi, karakteristik

sumber dan transmisi, dan sebagainya.<sup>14</sup>

Pandangan perspektif psikologis, yaitu subjektifitas manusia mempengaruhi stimulus yang mereka terima dan hasilkan. Setiap orang dapat memodifikasi stimulus yang mereka terima. Persepsi yang datang bersama stimulus diterima secara selektif, karena organis me membuat pilihan terhadap apa yang perlu direspon.

Pandangan perspektif interaksionis, yaitu menekankan kepada tindakan manusia dalam masyarakat. Memahami diri sendiri dimulai dari orang lain. Individu dapat dipahami melalui kegiatan interaksi dengan sesamanya dalam masyarakat. Komunikasi terjadi melalui pertukaran simbol yang berkaitan satu sama lain. Hubungan sosial terbentuk melalui proses komunikasi. Pandangan perspektif pragmatis, yaitu pertukaran pesan yang komunikatif bukan pada individu, melainkan pada perilaku individu yang berinteraksi. Perilaku individu dihasilkan oleh perilaku orang lain. Dalam memahami komunikasi sebagai sistem, harus meneliti sistem perilaku.

Teori perspektif dari Joel M. Charon apabila dilihat dari penjelasan Fisher sebagaimana diuraikan di atas, lebih pada dekat pada perspektif psikologis, dengan asumsi bahwa subjektifitas manusia mempengaruhi stimulus yang mereka terima dan mereka hasilkan. Setiap orang dapat memodifikasi stimulus yang mereka terima. Persepsi yang datang

---

<sup>14</sup> Aubrey B. Fisher, *Teori-teori komunikasi*, (Bandung, PT remaja rosdakarya, 2012)

bersama stimulus diterima secara selektif, karena organisme membuat pilihan terhadap apa yang perlu direspon. Karenanya menurut Charon bahwa perspektif itu akan sangat terkait dengan kerangka kerja, kerangka konseptual, sekumpulan nilai dan asumsi serta gagasan orang yang melakukan menggunakan perspektif tersebut.<sup>15</sup>

## 1.5.2 Kerangka Konseptual

### 1. Jurnalisme Profetik

Jurnalisme profetik yaitu suatu bentuk jurnalisme yang tidak hanya melaporkan berita dan masalah secara lengkap, jelas, jujur, serta aktual tetapi juga memberikan prediksi serta petunjuk ke arah perubahan, transformasi, berdasarkan cita-cita etik dan profetik Islam. Ia menjadi jurnalisme yang secara sadar dan bertanggungjawab memuat kandungan nilai-nilai dan cita Islam.<sup>16</sup>

Jurnalisme profetik mencerminkan sifat-sifat kenabian yaitu shidiq, amanah, tabligh dan fathanah. Dalam menerapkan nilai-nilai jurnalisme profetik, suatu media harus mengaplikasikan nilai-nilai jurnalisme profetik ke dalam setiap berita yang ditulisnya agar setiap berita yang ditulis membawa kebaikan bagi umat dan setiap kata dan

<sup>15</sup> Deddy mulyana, 2013, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya, hal 7.

<sup>16</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), h. 35.

tulisannya dapat di pertanggungjawabkan di hadapan Allah swt. sebagaimana tujuan dari jurnalisme profetik yaitu *amar ma'ruf nahi munkar*.

Tanggung jawab profetik Islam mengupayakan agar ajaran Islam tetap dan selalu fungsional serta aktual dalam kehidupan. Jurnalis muslim tidak boleh tinggal diam jika melihat ada kemunkaran dalam dunia yang digelutinya, misalnya menyaksikan pencitraan negatif tentang Islam atau ada rekayasa yang memojokkan Islam dan umatnya di media massa. Sebagai juru dakwah yang menebarkan kebenaran ilahi, jurnalis muslim laksana “penyambung lidah” para nabi dan ulama. Karena itu, ia pun dituntut memiliki sifat-sifat kenabian seperti Shiddiq, Amanah, Tabligh dan Fathonah.

*Shiddiq* artinya benar, yakni menginformasikan yang benar saja dan membela serta menegakkan kebenaran itu. Standar kebenarannya tentu saja kesesuaian dengan ajaran Islam (Al-Quran dan As-Sunnah). Amanah artinya terpercaya, dapat dipercaya, karenanya tidak boleh berdusta, memanipulasi atau mendistorsi fakta dan sebagainya. Tabligh artinya menyampaikan, yakni menginformasikan kebenaran, bukan malah memutarbalikkan kebenaran. Fathonah artinya cerdas dan berwawasan luas. Jurnalis muslim dituntut mampu menganalisis dan

membaca situasi termasuk membaca apa yang diperlukan umat.<sup>17</sup>

Istilah profetik mengacu pada peristiwa Isra' mi'raj Muhammad saw. Peran kenabian Muhammad saw yang tidak tergoda oleh manisnya perjumpaan dengan Allah swt saat Isra' Mi'raj, dibuktikan dengan kembalinya Rasulullah saw tengah-tengah komunitas manusia untuk menyerukan kebenaran dan transformasi transenden. Dengan kata lain, pengalaman religius itu menjadi dasar keterlibatannya dalam sejarah kemanusiaan. Sunah nabi berbeda keterlibatannya dalam sejarah kemanusiaan. Sunah nabi berbeda dengan jalan seorang mistikus yang puas dengan pencapaiannya sendiri. Sunah nabi yang demikian itulah yang disebut sebagai etika profetik menurut Kuntowijoyo.<sup>18</sup>

Profetik merupakan kesadaran sosiologis para nabi dalam sejarah untuk mengangkat derajat kemanusiaan (memanusiakan manusia), membebaskan manusia dan membawa manusia beriman kepada Tuhan. Singkatnya, ilmu profetik adalah ilmu yang meniru tanggung jawab sosial para nabi. Dengan menyebut ilmu-ilmu profetik (seperti halnya komunikasi profetik), kita hanya mendapatkan substansinya bukan bentuk. Ilmu profetik menemukan bentuknya dalam wujud ilmu integralistik yang menyatukan wahyu Tuhan dan akal

---

<sup>17</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), h. 38.

<sup>18</sup> Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 129.



pikiran manusia.

Ilmu sosial profetik hadir untuk menempatkan nalar, akal, rasio dan pengalaman (empiris) sebagai alat untuk menafsirkan wahyu Tuhan atas realitas. Ilmu sosial profetik akan menghadapkan Al-Quran pada realitas sosial atau sebaliknya, wahyu akan ditempatkan sebagai sumber bagi terbentuknya konstruksi sosial. Pilar ilmu sosial profetik ada tiga, yaitu humanisasi (*amar ma'ruf*), liberasi (*nahi munkar*), dan transendensi (*tu'minu billah*).<sup>19</sup>

Pengalaman komunikasi Rasulullah s.a.w. ditempatkan pada konteks masa lalu untuk diserap nilainya pada konteks saat ini. Harapan agar komunikasi profetik mampu muncul sebagai konsep alternatif yang memberikan pencerahan dan kemerdekaan yang selama ini justru memperbudak manusia. Manusia menjadi jajahan baru teknologi komunikasi modern. Di antara konsepsi pemahaman komunikasi profetik masa lalu dan harapan masa depan dari konteks gempuran komunikasi saat ini, ada sikap, motivasi, dan suasana hati. Inilah yang kemudian membangun kesadaran bersama menjadi persepsi kolektif kita, sehingga kita satu persepsi dalam memahami pengertian komunikasi profetik.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup>Ibid, hlm. 130.

<sup>20</sup> Ibid, hlm. 137.

Solusi kenabian (*prophetic religious policies*) dapat diterapkan dalam berbagai permasalahan multikultural dan multireligi yang rumit dan kompleks dengan memodifikasi dan mengimprovisasinya disesuaikan dengan situasi, kondisi dan konteks zamannya. Pengaruh media cetak dan elektronik, sebagai contoh, telah mengubah kehidupan kita lebih pelik dari masa kenabian dulu. Konsep mengenai komunikasi persuasif atau profetik tercantum juga dalam Al-Quran,<sup>21</sup> yaitu sebagai berikut:

*"Dan hendaklah ada di antara kamu sekelompok umat yang menyeru kepada kebaikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Merekalah orang-orang yang Berjaya." (QS. Ali Imran: 104)*

*"Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar dan beriman kepada Allah".(QS. Ali Imran: 110)*

Misi komunikasi profetik adalah membebaskan manusia sejauh mungkin dari praktik komunikasi yang menimbulkan syak wasangka, kebohongan publik, penyebaran fitnah, kebohongan yang dusta. Komunikasi profetik tidak menoleransi segala perilaku yang dinilai mempraktikkan kebohongan.

---

<sup>21</sup> Ibid, hlm.14.

Dalam cita-cita masyarakat profetik, segala kabar bohong yang tersaji di media harus diberi apresiasi kognisi yang interaktif. Khalayak atau komunikan dalam masyarakat profetik tidak diposisikan sebagai objek yang hanya menerima saja seluruh sajian televisi, atau penerima (*receiver*) seperti istilah yang dinyatakan Shannon dan Weaver, tetapi diposisikan sebagai subjek dalam kegiatan komunikasi.<sup>22</sup>

Uraian mengenai jurnalisme profetik didasari sebagaimana nabi adalah pembawa berita (pembawa kabar gembira, peringatan dan *amar ma'ruf nahi mungkar*). Penjelasm jurnalisme profetik, diantaranya adalah memahami jurnalisme Islam, kode etik jurnalisme Islam dan jurnalisme cinta.

Parni Hadi memaparkan dalam buku Jurnalisme Profetik yaitu Nabi Muhammad SAW adalah seorang wartawan pembawa berita terbesar, terpenting dan terabadi di dunia. Beliau membawa berita yang datang dari Allah SWT berita langit yang disampaikannya bukan hanya mencerdaskan otak, tapi juga memperkuat otot-otot spiritual, sehingga pembaca bisa menghadapi hari dengan rasa optimisme dan percaya diri yang kuat.<sup>23</sup>

Meskipun tidak menerima berita langsung dari Allah, para

---

<sup>22</sup> Ibid, hlm. 135.

<sup>23</sup> Parni Hadi, Jurnalisme Profetik, (Dompot Dhuafa, 2015)

journalis muslim mestinya meniru jejak Rasulullah SAW sebagai pembawa berita yang baik dan benar. Wartawan pun tidak boleh cuma berorientasi mencari keuntungan tapi melupakan misi kemanusiaan, tugas membangun peradaban sebagaimana yang telah dibangun Nabi Muhammad dan para pengikutnya yang setia. Media massa yang sehat mampu menawarkan ide-ide kreatif, berita-berita yang bisa dipertanggung jawabkan di dunia dan akhirat serta bisa membangun semangat kebaikan dan menebar kebaikan di tengah masyarakat.

Wartawan adalah agen pencari dan penebar berita. Jika berita yang diperoleh dan disampaikan baik, maka masyarakat akan tertular dengan kebaikan tersebut. Tapi kalau yang disampaikan berita buruk atau bohong, maka keburukan itu akan menjadi virus ditengah masyarakat. Fakta bahwa kini banyak terjadi pelanggaran oleh para wartawan, para penyedia dan penyampai informasi lainnya, termasuk *citizen journalist* dan *citizen content providers* melalui media sosial, harus diakui benar adanya.

Tapi dan atau justru karena itulah, saya tergerak untuk mengingatkan siapa saja yang bergerak di ranah informasi untuk kembali menaati ajaran agama masing-masing dan kode etik jurnalistik. Untuk itu pulalah, saya terdorong menulis risalah”jurnalisme Kenabian”atau Jurnalisme Profetik.

Tugas nabi sebagai pembawa berita dapat dipahami dari kata nabi itu sendiri. Dalam bahasa Arab, kata *Naby/naba'*, menurut Maulana Muhammad Ali, berarti “Pemberitahuan yang besar faedahnya,” yang menyebabkan orang mengetahui sesuatu.

## 2. Perspektif

Perspektif merupakan suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi atau sudut pandang tertentu yang digunakan dalam melihat suatu fenomena. Berdasarkan konteks komunikasi, perspektif menekankan bahwa manusia aktif memilih dan mengubah aturan-aturan yang menyangkut kehidupannya.

Perspektif adalah cara kita memandang dan memaknai setiap fenomena berdasarkan pengalaman yang kita miliki. Setiap fenomena yang ada disekeliling kita ditangkap oleh indera dan di analisa serta diberi makna oleh otak dan akal kita dan akhirnya melahirkan penilaian dan pemaknaan realitas/fenomena sebagai konseptualitas baru melalui sebuah sudut pandang yang menjadi landasan analisa tertentu.

Namun pada dasarnya, setiap cara pandang pada setiap fenomena dan realitas disekeliling kita, tidak hanya dapat dilihat, dimaknai dan dikonseptualisasikan dari satu sudut pandang saja, karena pada dasarnya setiap fenomena memiliki multi perspektif, tergantung dari pengalaman, pemahaman, pola pikir, latar belakang etnis, ilmu, dan sebagainya.

*Katherine Miller dalam bukunya Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*, mendefinisikan perspektif sebagai cara atau metode untuk melihat atau mengamati berbagai fenomena/keadaan/situasi di sekeliling kita. Yang perlu digaris bawahi adalah bahwa yang dimaksud diatas bukanlah perspektif secara singular tetapi perspektif secara plural atau multi, karenanya sebuah fenomena tidak hanya dapat dilihat dari satu kacamata saja. Sebuah teori (e.g komunikasi) dapat dilihat dari sudut pandang, proses penyaringan dan proses penerangan yang berbeda-beda.<sup>24</sup>

Dalam hal ini sangat jelas bahwa perspektif merupakan suatu kumpulan asumsi maupun keyakinan tentang sesuatu hal, dengan perspektif orang akan memandang sesuatu hal berdasarkan cara-cara tertentu, dan cara-cara tersebut berhubungan dengan asumsi dasar yang menjadi dasarnya, unsur-unsur pembentuknya dan ruang lingkup apa yang dipandangnya.

Jadi bahwa Perspektif adalah bagaimana kita menggunakan pisau analisa berdasarkan kebutuhan, kesesuaian, pengetahuan dan pengalaman kita untuk melakukan pemahaman, memberikan konseptualitas terhadap fenomena dan realitas disekeliling kita.

Dalam dunia komunikasi persepektif merupakan poin yang selalu ditampilkan untuk mendapatkan persamaan sebuah asumsi, konsep, nilai,

---

<sup>24</sup> *Katherine Miller dalam bukunya Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*(boston:mcgrawhill,2005)

gagasan, dan kerangka kerja. Menurut Pearce setiap hari setiap orang menghadapi masalah yang sama namun dengan cara pandang sendiri. Masalah perspektif dalam ilmu komunikasi sangatlah penting karena melalui perspektif seseorang dapat memandang komunikasi dengan cara-cara tertentu. Dengan perspektif seseorang akan mengetahui seperangkat asumsi, unsur- unsur, ruang lingkup suatu persoalan.

Pada dasarnya perspektif membawa setiap manusia untuk menentukan suatu bagian yang berhubungan dari fenomena yang terpilih dari konsep-konsep tertentu untuk dipandang secara rasional. Sedangkan pembahasan dalam teori komunikasi terdapat perspektif komunikasi sebagai salah satu strategi intelektual, kerangka konseptual, paradigma. Terdiri dari empat poin dari perspektif yaitu, mekanistik, psikologis, interaksi, dan pragmatis.

Hakekat perspektif, yaitu pemahaman terhadap suatu peristiwa tergantung kepada perspektif yang digunakan dalam mengamati peristiwa tersebut. Setiap perspektif pada taraf tertentu kurang lengkap meskipun suatu peristiwa yang amat nyata. Namun setiap perspektif adalah benar dan mencerminkan realitas.

Ilmu komunikasi tidak menolak teori yang berasal dari ilmu lain dengan mengedepankan alasan bahwa ilmu itu berguna untuk memperoleh kebenaran yang menyeluruh. Teori yang dapat menjelaskan fenomena komunikasi secara jitu bisa dipinjam sebagai perspektif. Apalagi data

komunikasi merupakan data sosial (karena diperoleh dari kenyataan masyarakat), memerlukan analisis yang komprehensif demi tercapainya kebenaran. Aubrey B. Fisher menjelaskan ada empat perspektif teori komunikasi, yaitu perspektif mekanistik, perspektif psikologis, perspektif interaksionis dan perspektif pragmatis.<sup>25</sup>

Pandangan perspektif mekanistik, yaitu setiap komponen mentransformasikan fungsinya masing-masing dalam suatu garis linier dalam gerakan yang sekuensial. Proses komunikasi dapat dipandang sebagai suatu serial dari rangkaian pelbagai objek yang bersifat sebab-akibat. Langkah yang paling efektif untuk mengkaji suatu objek adalah mengisolasi objek itu, kemudian meneliti setiap komponen lainnya berfungsi atau tidak. Adapun ruang lingkupnya yaitu studi komunikasi berpusat pada saluran dan peristiwa, atau fungsi-fungsi yang terjadi akibat saluran itu. Pengaruh saluran terhadap komunikasi, karakteristik sumber dan transmisi, dan sebagainya.

Pandangan perspektif psikologis, yaitu subjektivitas manusia mempengaruhi stimulus yang mereka terima dan hasilkan. Setiap orang dapat memodifikasi stimulus yang mereka terima. Persepsi yang datang bersama stimulus diterima secara selektif, karena organis membuat pilihan terhadap apa yang perlu direspon.

Pandangan perspektif interaksionis, yaitu menekankan kepada

---

<sup>25</sup> Aubrey B. Fisher, Teori-teori komunikasi, (Bandung, PT remaja rosdakarya, 2012)



tindakan manusia dalam masyarakat. Memahami diri sendiri dimulai dari orang lain. Individu dapat dipahami melalui kegiatan interaksi dengan sesamanya dalam masyarakat. Komunikasi terjadi melalui pertukaran simbol yang berkaitan satu sama lain. Hubungan sosial terbentuk melalui proses komunikasi.

Pandangan perspektif pragmatis, yaitu pertukaran pesan yang komunikatif bukan pada individu, melainkan pada perilaku individu yang berinteraksi. Perilaku individu dihasilkan oleh perilaku orang lain. Dalam memahami komunikasi sebagai sistem, harus meneliti sistem perilaku.

Perspektif adalah cara kita memandang dan memaknai setiap fenomena berdasarkan pengalaman yang kita miliki. Setiap fenomena yang ada disekeliling kita ditangkap oleh indera dan di analisa serta diberi makna oleh otak dan akal kita dan akhirnya melahirkan penilaian dan pemaknaan realitas/fenomena sebagai konseptualitas baru melalui sebuah sudut pandang yang menjadi landasan analisa tertentu.

Namun pada dasarnya, setiap cara pandang pada setiap fenomena dan realitas disekeliling kita, tidak hanya dapat dilihat, dimaknai dan dikonseptualisasikan dari satu sudut pandang saja, karena pada dasarnya setiap fenomena memiliki multi perspektif, tergantung dari pengalaman, pemahaman, pola pikir, latar belakang etnis, ilmu, dan sebagainya.

*Katherine Miller dalam bukunya Communication Theories:*

*Perspectives, Processes, and Contexts*, mendefinisikan perspektif sebagai cara atau metode untuk melihat atau mengamati berbagai fenomena/keadaan/situasi di sekeliling kita. Yang perlu digaris bawahi adalah bahwa yang dimaksud diatas bukanlah perspektif secara singular tetapi perspektif secara plural atau multi, karenanya sebuah fenomena tidak hanya dapat dilihat dari satu kacamata saja. Sebuah teori (e.g komunikasi) dapat dilihat dari sudut pandang, proses penyaringan dan proses penerangan yang berbeda-beda.<sup>26</sup>

Dalam hal ini sangat jelas bahwa perspektif merupakan suatu kumpulan asumsi maupun keyakinan tentang sesuatu hal, dengan perspektif orang akan memandang sesuatu hal berdasarkan cara-cara tertentu, dan cara-cara tersebut berhubungan dengan asumsi dasar yang menjadi dasarnya, unsur-unsur pembentuknya dan ruang lingkup apa yang dipandangnya.

Jadi bahwa Perspektif adalah bagaimana kita menggunakan pisau analisa berdasarkan kebutuhan, kesesuaian, pengetahuan dan pengalaman kita untuk melakukan pemahaman, memberikan konseptualitas terhadap fenomena dan realitas disekeliling kita.

Dalam dunia komunikasi persepektif merupakan poin yang selalu ditampilkan untuk mendapatkan persamaan sebuah asumsi, konsep, nilai, gagasan, dan kerangka kerja. Menurut Pearce setiap hari setiap orang

---

<sup>26</sup> Katherine Miller, *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*(boston:mcgrawhill,2005)

menghadapi masalah yang sama namun dengan cara pandang sendiri. Masalah perspektif dalam ilmu komunikasi sangatlah penting karena melalui perspektif seseorang dapat memandang komunikasi dengan cara-cara tertentu. Dengan perspektif seseorang akan mengetahui seperangkat asumsi, unsur- unsur, ruang lingkup suatu persoalan.

Pada dasarnya perspektif membawa setiap manusia untuk menentukan suatu bagian yang berhubungan dari fenomena yang terpilih dari konsep-konsep tertentu untuk dipandang secara rasional. Sedangkan pembahasan dalam teori komunikasi terdapat perspektif komunikasi sebagai salah satu strategi intelektual, kerangka konseptual, paradigma. Terdiri dari empat poin dari perspektif yaitu, mekanistik, psikologis, interaksi, dan pragmatis.

Hakekat perspektif, yaitu pemahaman terhadap suatu peristiwa tergantung kepada perspektif yang digunakan dalam mengamati peristiwa tersebut. Setiap perspektif pada taraf tertentu kurang lengkap meskipun suatu peristiwa yang amat nyata. Namun setiap perspektif adalah benar dan mencerminkan realitas.

Ilmu komunikasi tidak menolak teori yang berasal dari ilmu lain dengan mengedepankan alasan bahwa ilmu itu berguna untuk memperoleh kebenaran yang menyeluruh. Teori yang dapat menjelaskan fenomena komunikasi secara jitu bisa dipinjam sebagai perspektif. Apalagi data komunikasi merupakan data sosial (karena diperoleh dari kenyataan masyarakat), memerlukan analisis yang komprehensif demi tercapainya kebenaran.

### 3. Wartawan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wartawan adalah orang yang pekerjaannya mencari dan menyusun berita untuk dimuat dalam surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Sedangkan menurut UU No.40 Tahun 1999 tentang pers mendefinisikan wartawan sebagai orang yang melakukan aktifitas jurnalistik secara rutin.

Darsono dan Muhaemin menjelaskan dalam buku *Secangkir Peristiwa di Mata Wartawan*, kata wartawan terdiri dari kata “warta” yang mendapat imbuhan “wan”. Kata “warta” memiliki arti “berita” atau “informasi” dan “wan” adalah akhiran yang memiliki arti “pelaku” atau “orang”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wartawan adalah orang yang mencari, meliput, dan melaporkan peristiwa atau kejadian kepada media yang akan menyebarkan informasi tersebut. Wartawan mencari sumber informasi yang kemudian akan ditulis laporannya, laporan tersebut berupa berita yang bersifat objektif dan tidak memihak siapapun yang dipublikasikan melalui media baik cetak maupun elektronik.<sup>27</sup>

Wartawan merupakan orang-orang penting. Mereka mengetahui apa itu yang dinamakan berita, bagaimana mendapatkannya dan dimana sumber-sumber berita itu berada. Secara fisik, wartawan dikenal memiliki

---

<sup>27</sup> Enjang Muhaemin dan dono darsono, *secangkir peristiwa dimata wartawan*(bandung:mimbar pustaka,2012.)

*“the strong pair of legs”* yang biasa digunakan dalam pengumpulan berita dan penyajian berita sehingga orang-orang yang tidak tahu menjadi tahu. “Wartawan adalah seseorang yang memiliki tugas menjalani dunia jurnalistik”.

Seorang wartawan harus terjun ke lapangan, mengejar dan menggali informasi untuk diolah dan dilaporkan kepada masyarakat melalui media di mana mereka bekerja. Wartawan dituntut untuk melawan keadaan umum yang tidak sesuai dengan norma yang ada dan membawa kembali ke jalur yang tepat. Wartawan harus mampu berkecimpung dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

Wartawan merupakan profesi yang penuh tanggung jawab dan cukup besar resiko pekerjaannya. Profesi wartawan membutuhkan manusia yang mempunyai idealisme serta ketangguhan hati untuk menghadapi resiko dan gejolak masyarakat. Mary Mapes dalam Ishwara menyebutkan seorang wartawan yang baik akan mendatangi tempat kejadian meskipun itu berbahaya dan menakutkan. Harus diakui bahwa tugas wartawan memang tidak mudah, bagaimanapun keadannya seorang wartawan harus melaporkan informasi sebanyak mungkin sesuai dengan kebutuhan khalayak.

Profesi wartawan sering dianggap publik memiliki level yang berbeda dengan profesi lainnya. Hal ini dikarenakan wartawan dianggap memiliki pengetahuan yang lebih banyak, selain itu wartawan dianggap

kritis dan tajam dalam bertanya, dapat mengungkap informasi yang ada dan mampu mempengaruhi orang lain melalui tulisan. Profesi wartawan memiliki mobilitas yang tinggi, wartawan harus aktif melakukan hubungan dengan orang lain karena profesi wartawan tidak berhubungan dengan benda mati. Dalam menjalankan tugasnya, wartawan memiliki beberapa keistimewaan, mereka dilindungi oleh undang-undang tentang kebebasan dalam berpendapat, berhak untuk menggunakan dokumen dan pernyataan publik selama informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan.

Wartawan dapat dikatakan sebagai roh dalam dunia jurnalistik, wartawan dianggap menjadi pemain utama dalam aktivitas jurnalistik. Karena dalam dunia jurnalistik wartawan yang mencari dan mengumpulkan berita, wartawan juga yang akan menulis berita, kualitas suatu media sangat bergantung pada keterampilan yang dimiliki oleh wartawan. Karena itu dibutuhkan syarat-syarat khusus untuk menjadi seorang wartawan, Zaenudin menyebutkan beberapa syarat yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wartawan diantaranya bisa dan hobi menulis, terampil bicara, peduli dan cinta bahasa, senang bergaul dengan banyak orang, senang berpetualang, menyukai tantangan, siap bekerja di bawah tekanan, panjang telinga, dan memiliki hidung tajam.

Menjadi seorang wartawan sama dengan profesional lain yaitu membutuhkan proses yang panjang. Bekal pendidikan, kesiapan, dan keberanian sangat diperlukan untuk menjadi seorang wartawan. Wartawan

membutuhkan keterampilan dan kemampuan yang mumpuni baik praktik maupun teoritik, tidak ada wartawan berkualitas yang lahir dengan cara instan.

Wartawan merupakan salah satu penggiat media yang memiliki perspektif tersendiri mengenai beberapa hal termasuk dalam menentukan pandangan, konseptual yang berkaitan dengan kinerja profesionalisme. Sebelumnya, perspektif merupakan seperangkat asumsi, unsur-unsur, ruang lingkup mengenai suatu persoalan.

Idealnya media jurnalistik sudah seharusnya ditopang oleh idealisme yang didukung dengan fungsi-fungsi serta peran dalam masyarakat. Sisi idealisme yang disandang media jurnalistik adalah untuk melayani publik melalui bidang informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.

Dalam kehidupan dunia media massa, wartawan sebagai pekerja profesional menyangkut dua hal diantaranya adalah, tunduk kepada kendali pasar atau tunduk pada kendali profesionalisme. Hal ini dialami oleh wartawan yang telah lama bekerja maupun wartawan muda. Menurut Joh McManus dalam buku *Market Driven Journalism*, surat kabar atau televisi hanya akan dapat bertahan hidup jika isinya dapat diterima pasar atau bernilai jual tinggi. Berita atau laporan mengenai fakta yang memiliki jual nilai tinggi tentu akan menarik bagi investor atau pedagang saham. Inilah yang disebut dengan pendekatan pasar atau kendali pasar (*market driven*

*journalism*). Disisi lain, terdapat pendekatan *profesional driven journalism*.<sup>28</sup>

Jurnalisme dengan kendali profesional hanya tunduk akidah-kaidah dan norma jurnalistik yang berlaku umum. Dalam ranah profesional, ukuran nilai sebuah laporan fakta atau berita sangat di pengaruhi idealisme kewartawanan serta etika profesinya dan teori jurnalistik yang pernah diperolehnya. Wartawan memiliki perspektif tersendiri dalam memandang suatu hal, berkenaan dengan persepsi seorang wartawan yang bersumber dari suatu kerangka kerja konseptual, sekumpulan asumsi, nilai dan gagasannya.

#### **4. AJI Bandung**

AJI Bandung berawal dari sejumlah jurnalis muda Bandung yang ingin berserikat, yang berfungsi sebagai wadah belajar, berbagi pengalaman, dan memberi bantuan jika menghadapi masalah. Pada tanggal 14 Juni 2002, mereka menamakan dirinya “Sindikatis Jurnalis Muda Berbakat”. Sejak itu pembicaraan terus dilakukan sambil melakukan berbagai kampanye. Mulai dari Jurnalisme Anti Amplop hingga Kesejahteraan Jurnalis. Sindikatis itu juga melakukan pendekatan ke berbagai kalangan. Pers mahasiswa menjadi salah satu elemen yang didekati. Selain itu para jurnalis senior juga diajak berdiskusi. Hingga memutuskan untuk bergabung dengan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) yang lebih dulu

---

<sup>28</sup> John McManus, *Market Driven Journalism*, (Cohen, 2002)



berdiri, yang berpusat di Jakarta.

Pada masa-masa awal, anggota sindikat mulai melacak jejak keberadaan AJI di Bandung. Forum Wartawan Independen (FOWI) Bandung merupakan salah satu elemen pendiri AJI. Sehingga komunikasi dengan para pegiat FOWI dilakukan. Dari sana diketahui bahwa beberapa jurnalis Bandung sempat merintis pendirian AJI Kota Bandung. Agar tidak menimbulkan masalah di kemudian hari, komunikasi dengan pengurus AJI Indonesia dan para perintis AJI Kota Bandung terus dilakukan.

Pada 16 Juni 2002 dilakukan pertemuan di Toko Buku Kecil di Jalan Dago. Pertemuan itu untuk merintis jalan pendirian AJI Bandung. Hasilnya perlu merapatkan barisan dan menambah kekuatan. Dalam hal ini memperbanyak jurnalis Bandung untuk bergabung dengan sindikat. Akhirnya dengan beberapa pertemuan-pertemuan selanjutnya yang dirumuskan oleh tim yang terdiri dari Alfred Pasifico Ginting, Ari Suryadinata, Asep Saefullah, Laban Abraham, dan Rana Akbari Fitriawan semangat jurnalis muda Bandung untuk mendirikan AJI semakin berkobar. Pada 13 Agustus 2002 undangan Deklarasi AJI Bandung disebar. Deklarasi sendiri diagendakan berlangsung 18 Agustus 2002 di Pendopo Toko Buku Kecil. Hingga terkumandang Deklarasi pendirian AJI Bandung secara resmi pada 18 Agustus 2002 pukul 16.00 WIB sebagai langkah bergabung ke dalam Aliansi Jurnalis Independen. Selain berhasil mendeklarasikan berdirinya AJI Bandung, saat itu juga membentuk Panitia

Konferensi AJI Bandung I. Selanjutnya, dengan dipimpin Nursyawal panitia akan menggelar konferensi pada 15 September 2002. Konferensi yang digelar di Pendopo Toko Buku Kecil memutuskan Nursyawal sebagai Ketua AJI Bandung. Selanjutnya Nursyawal membentuk kepengurusan AJI Bandung periode pertama. Sejak itulah gerombolan “Sindikatis Jurnalists Muda Berbakat” berganti nama menjadi Aliansi Jurnalists Independen (AJI) Kota Bandung.

Sebagaimana yang diterangkan dalam laman [dewanpers.or.id](http://dewanpers.or.id) yang diakses pada 32 Januari 2018 pukul 12.03 WIB, organisasi wartawan adalah lembaga yang memiliki mandat untuk mendukung dalam memelihara dan menjaga kemerdekaan pers (yang termaktub dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers). Untuk dapat melaksanakan mandat dan amanat tersebut, maka perlu dikembangkan organisasi wartawan yang memiliki integritas dan kredibilitas sertadengan anggota yang profesional. Tujuan pelaksanaan mandat dan amanat ini untuk mengembangkan kemerdekaan pers yang profesional, bebas, dan yang bertanggung jawab kepada publik.

Keberadaan organisasi wartawan tersebutlah, anggota yang tergabung di dalamnya akan mendapatkan bekal profesionalisme. Pada ranah profesionalisme ini, organisasi wartawan berfungsi untuk membangun kesadaran kritis dalam menjalankan tugasnya sebagai buruh profesional; teknisnya bisa melalui berbagai pelatihan, advokasi dan

penyadaran jati diri yang konsisten, ideologis dan praksis . Selain itu, organisasi wartawan juga harus mampu memproteksi wartawan dari tekanan eksternal yang dapat mengganggu otonomi, seperti budaya amplop.

Contoh pembekalan tersebut adalah Kode Etik Jurnalistik. Secara umum, dalam hal pengaturan Kode Etik Jurnalistik (KEJ) sendiri, tiap organisasi wartawan punya kebijakannya masing-masing. Berbagai kebijakan organisasi wartawan itu secara umum sesuai dengan KEJ yang dikeluarkan oleh Dewan Pers, yang pada prinsipnya KEJ tiap organisasi tersebut menjunjung tinggi HAM, asas praduga tak bersalah, melindungi privasi, independen, dan pers terbuka pada kritik.

Pembentukan organisasi wartawan adalah untuk memperjuangkan hak, dan menyuarakan kepentingan wartawan, baik dalam proses negosiasi dengan pemerintah maupun pemilik modal. Sementara itu, Siregar menekankan organisasi wartawan pada fungsinya untuk membantu institusi jurnalistik dalam mengembangkan profesionalisme wartawan yang ada di dalamnya.

Aliansi Jurnalis Independen merupakan salah satu organisasi profesi wartawan. AJI lahir sebagai perlawanan komunitas pers Indonesia terhadap kesewenang-wenangan rezim OrdeBaru. Mulanya adalah pemberedelan Detik, Editor dan Tempo, 21 Juni 1994. Ketiganya diberedel karena pemberitaannya yang tergolong kritis kepada penguasa. Tindakan

represif inilah yang memicu aksi solidaritas sekaligus perlawanan dari banyak kalangan secara merata di sejumlah kota.

Organisasi wartawan memiliki mandat untuk mendukung serta memelihara dan menjaga kemerdekaan pers sesuai dengan amanat Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Kemerdekaan pers merupakan salah satu wujud kedaulatan rakyat dan menjadi unsur yang sangat penting untuk menciptakan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang demokratis, sehingga kebebasan mengeluarkan pikiran dan pendapat sebagaimana tercantum dalam Pasal 28 (f) Undang-Undang Dasar 1945 harus dijamin. Untuk dapat melaksanakan mandat dan amanat tersebut di atas, maka perlu dikembangkan organisasi wartawan yang memiliki integritas dan kredibilitas serta dengan anggota yang profesional.

Dalam buku Dewan Pers, wartawan Indonesia menetapkan standar organisasi wartawan sebagai berikut yaitu Organisasi wartawan berbentuk badan hukum, Organisasi wartawan memiliki Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga sebagai organisasi profesi, Organisasi wartawan berkedudukan di wilayah Republik Indonesia, dengan kantor pusat berkedudukan di ibu kota negara atau di ibu kota provinsi dan memiliki alamat kantor pusat serta kantor cabang-cabang yang jelas dan dapat diverifikasi, Organisasi wartawan memiliki pengurus pusat yang sedikitnya terdiri atas ketua, sekretaris, bendahara, dan tiga orang pengurus

lainnya yang tidak merangkap jabatan, Organisasi wartawan, selain mempunyai pengurus pusat, juga memiliki pengurus cabang sekurang-kurangnya di sepuluh jumlah provinsi di Indonesia, Organisasi wartawan memiliki mekanisme pergantian pengurus melalui kongres atau musyawarah nasional atau muktamar dalam setiap kurun waktu tertentu.

Organisasi wartawan memiliki anggota sedikitnya 500 wartawan dari seluruh cabang, yang dibuktikan dengan, Kartu Pers atau Kartu Tanda Anggota dari organisasi yang bersangkutan yang masih berlaku, Kartu Pers atau Surat Keterangan dari perusahaan pers tempat ia bekerja secara tetap atau tempat ia menjadi koresponden, Karya jurnalistik yang secara teratur dimuat atau disiarkan di media tempat ia bekerja secara tetap atau tempat ia menjadi koresponden, Bekerja secara tetap atau menjadi koresponden di perusahaan pers yang memiliki media yang masih terbit atau masih melakukan siaran secara reguler.

Organisasi wartawan memiliki program kerja di bidang peningkatan profesionalisme pers, Organisasi wartawan memiliki kode etik jurnalistik, yang secara prinsip tidak bertentangan dengan Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan oleh Dewan Pers, Organisasi wartawan memiliki dewan kehormatan atau Majelis Kode Etik Jurnalistik yang bertugas Mengawasi pelaksanaan kode etik oleh para anggotanya, Mengambil putusan ada tidaknya pelanggaran kode etik oleh anggotanya serta Menetapkan sanksi atau pelanggaran kode etik oleh anggotanya.

Organisasi wartawan terdaftar di Dewan Pers dan bersedia diverifikasi oleh Dewan Pers, Organisasi wartawan melakukan registrasi ke Dewan Pers setiap terjadi pergantian pengurus, Penetapan atas standar organisasi wartawan ini dan pengawasan pelaksanaannya dilakukan oleh Dewan Pers. Untuk dapat melaksanakan mandat dan amanat diatas, maka perlu dikembangkan organisasi wartawan yang memiliki kredibilitas, serta dilakukan oleh anggota yang profesional.

